

Il Cda della società ha accettato la proposta di acquisto dell'azienda di Pontedera: oggi la firma di un precontratto

Sì di Aprilia all'offerta Piaggio

La casa guidata da Colaninno acquisirà tutti i marchi, compresi Guzzi e Laverda

VENEZIA ■ Piaggio l'ha spuntata ed oggi sottoscriverà il preliminare di acquisto del 100% di Aprilia. Il Cda della casa motociclistica veneziana, dopo cinque ore di riunione, ha deciso ieri sera di accettare la proposta dell'azienda di Pontedera ed ha incaricato il presidente Candido Fois di andare alla firma di un precontratto cui avevano lavorato congiuntamente in questi giorni i legali delle due società. Il documento sarà ulteriormente limato nelle ultime ore, ma si tratterà di eventuali aggiustamenti puramente formali.

«Credo di poter esprimere soddisfazione per il risultato raggiunto — ha commentato Fois — i nostri obiettivi erano da un lato la salvaguardia del patrimonio industriale e della continuità produttiva di Aprilia, dall'altro la tutela dell'occupazione e della presenza dell'azienda sul territorio. Abbiamo trovato nella proposta di Piaggio ampie garanzie su tutto questo». L'accelerazione era arrivata nella mattinata, dopo gli ultimi serrati confronti

fra advisor, rappresentanti delle banche e legali di Aprilia e Piaggio. Candido Fois, presidente della casa veneziana, ha deciso di rompere gli indugi ed ha convocato per il tardo pomeriggio il Cda, praticamente alla stessa ora in cui anche Piaggio ed Immsi riunivano i propri consigli per esaminare l'ul-

Il piano di rilancio prevede la continuità produttiva

tima versione dell'offerta.

«Non possiamo permetterci il lusso di alcun rinvio per non pregiudicare la continuità produttiva di Aprilia — aveva detto Fois prima di entrare in Cda — dobbiamo aprire la strada ai legali per cercare di andare a concludere la trattativa.»

Defilata e lontana, ormai, la posizione di Ducati. L'azienda guidata da Federico Minoli aveva scelto di non rilanciare dopo che Fois aveva parlato di prime

offerte migliorabili e, anche se aveva largamente conquistato il sindacato con il suo piano presentato a fine luglio, non aveva convinto a pieno l'interlocutore più esigente, vale a dire le banche, che temevano di veder prolungato un ruolo da protagonista che evidentemente giudicano a rischio.

Piaggio, invece, ha progressivamente limato la sua proposta, l'ha tarata meglio dopo avere completato la due diligence, ha dato risposte mirate e precise alle domande poste da venditore e soprattutto dai creditori. Non ha fatto il passaggio sul sindacato, ma per un problema legato al Ferragosto non per cattiva volontà. Presenterà ai rappresentanti dei lavoratori il proprio piano in grandi linee probabilmente entro la fine del mese, ma ha già fatto sapere di guardare ad una politica di integrazione e di rilancio, senza parlare di tagli, né di uomini né di fabbriche.

Una porta aperta verrà lasciata anche a Ivano Beggio perché Aprilia, comunque, è una sua creatura. Probabilmente gli verrà affidato un ruolo di consulente non operativo, un incarico di immagine e non di gestione, ma sicuramente visibile e significativo.

Il Cda di Piaggio ha dato al presidente Roberto Colaninno ed all'ad Rocco Sabelli un mandato pieno per negoziare e sottoscrivere un accordo preliminare per l'acquisizione del 100% di Aprilia ma anche una delega ad apportare tutte le eventuali modifiche alla proposta che si ritenessero necessarie in sede di eventuale stipula.

Il tutto — come sottolinea un comunicato di Piaggio — relativamente ad un progetto industriale e finanziario che riguarda l'intero perimetro del business del gruppo Aprilia. Vale a dire, tanto per non lasciare spazio a dubbi, Guzzi e Laverda comprese. È stato questo il segnale della svolta. Due ore più tardi l'annuncio di Fois. Oggi firma e dettagli su un precontratto di cui già si conoscono le basi essenziali, un documento che di fatto crea un nuovo grande polo italiano dell'industria motociclistica.

CLAUDIO PASQUALETTO

Il gruppo di Noale
Aprilia in cifre

Sportività, il modello più recente di casa Aprilia

580 Fatturato 2003 in milioni di euro	12.707 Immatricolazioni gennaio-maggio 2004	6,3% Quota di mercato gennaio-maggio 2004
---	---	---

dall'economia

CARTELLO NEGLI IMBALLAGGI

Dall'Autorità Antitrust multa di 5 milioni per intese sui prezzi

■ L'Autorità Antitrust «ha accertato l'esistenza di due intese restrittive della concorrenza in materia di prezzi nei mercati degli imballaggi metallici per vernici, oli e prodotti industriali e per prodotti alimentari». L'Autorità ha quindi comminato sanzioni pecuniarie per un importo complessivo di circa 5 milioni di euro. Nelle due intese è coinvolta l'associazione nazionale tra i fabbricanti di imballaggi metallici ed affini (Anfima) con 29 aziende del settore. Gli operatori colpiti dalla sanzione fanno sapere che presenteranno ricorso al Tar contro la decisione dell'Antitrust.

ENERGIA

Da Avio nuove superturbine a gas per produrre elettricità

■ Avio ha consegnato all'americana Basin Electric Power Cooperative i primi moduli della turbina elettrica LMS100, l'ultima generazione di macchine derivate da motori aeronautici. La turbina è stata sviluppata in collaborazione con il colosso Usa General Electric. Avio è presente in Italia e all'estero con dieci insediamenti e 4.800 dipendenti e che opera nel settore della propulsione aerospaziale. La turbina a gas a ciclo semplice, che verrà effettivamente consegnata alla Basin Electric Power Cooperative

nella seconda metà del 2005, è capace di generare fino a 100 MW di potenza con un'efficienza del 46%, 5% in più rispetto alle prestazioni delle attuali turbine (foto Contrasto) della concorrenza. Da sola potrebbe fornire energia per illuminare una città di 20mila abitanti.

ALIMENTI

Serve più tempo per la nuova disciplina sulle etichette

■ La normativa che rende obbligatoria l'etichetta antitruffa per prodotti quali latte, olio e passata di pomodoro, e che arriva a prevedere multe fino a 9.500 euro (oltre alla sospensione della commercializzazione) in caso di mancato rispetto dell'obbligo, è già entrata in vigore, ma i consumatori dovranno attendere ancora quattro mesi per riscontrarne gli effetti. La legge concede 120 giorni per smaltire le confezioni conformi alla vecchia disciplina. L'etichetta riporterà l'origine di tutti gli alimenti (luogo di coltivazione o di allevamento). Il consumatore potrà operare scelte consapevoli sui prodotti alimentari in vendita. Sugli scaffali si potranno dunque trovare passate made in Italy fatte con pomodori cinesi e olio extravergine italiano a base di olive marocchine.

Sky Italia
Dati riferiti al bilancio 2003/2004 chiuso il 30 giugno

Contrasto

Abbonati 2,7 mln
Perdite 19 mln \$
Fatturato 1.700 mln \$

La piattaforma satellitare riduce le perdite ma gli abbonati (2,7 milioni) crescono meno del previsto

Sky Italia punta al pareggio nel 2005

ROMA ■ Sky migliora i conti e gli abbonati crescono, anche se meno velocemente rispetto alle previsioni iniziali. Il 2004 è un anno importante per la piattaforma controllata all'80,1% dalla News Corporation di Rupert Murdoch, con Telecom Italia azionista di minoranza con il restante 19,9 per cento.

Nel maggio 2003, a Cinecittà, in un'affollatissima presentazione, l'amministratore delegato Tom Mockridge, aveva posto come obiettivo quello di raddoppiare gli attuali 2,4 milioni di abbonati in pochi anni e «provare ad avvicinare i tre milioni a fine

2003». La crescita è stata più lenta, se è vero che, ieri, presentando i dati di News Corporation per il secondo trimestre dell'anno in corso, la pay tv italiana di Murdoch dichiara, a fine giugno, 2,7 milioni di abbonati.

I conti, però, sono sostanzialmente migliorati. Nel trimestre chiuso a giugno, le perdite operative sono scese a 19 milioni di dollari rispetto ai 68 persi nel secondo trimestre dell'anno precedente (quando Sky è stata attiva come tale per due mesi). Per quanto riguarda l'esercizio finanziario chiuso a giugno, la perdita operativa è pari a 267

milioni di dollari a fronte di un fatturato di 1.700 milioni. Nel prossimo anno la perdita dovrebbe ridursi intorno ai 150 milioni di dollari. Secondo Rupert Murdoch «agli attuali ritmi di crescita dovremmo raggiungere il pareggio operativo nella seconda metà dell'anno fiscale che si chiude nel giugno 2005».

Quali sono i motivi di questa apparente contraddizione? In sintesi, consistono nella riduzione dei costi e nel forte incremento dell'introito medio per abbonato ottenuti dall'attuale manage-

ment. Il 90% dei nuovi abbonati nell'ultimo trimestre ha optato per la programmazione premium, comprendente cinema e calcio. Una delle politiche commerciali di Sky è sta-

Ridotti i costi e aumentato l'introito medio per utente

ta quella di rafforzare le offerte più costose rispetto al più economico pacchetto di base. Una scelta che ha "premiato" la piattaforma. I costi, poi, sono stati ridotti, a partire dal

fee versato ai canali indipendenti della piattaforma, dall'investimento in propri canali (Sky e Fox) fino al costo ridotto dei diritti (su quelli del calcio potrebbero esserci presto novità). News Corporation, a sua volta, ha concluso il trimestre registrando utili netti per 399 milioni di dollari contro i 370 dello scorso anno (a fronte di un fatturato di 5,5 miliardi di dollari (+20% sul periodo precedente)).

La piattaforma di Sky ha compiuto altri importanti "passi" quest'anno: dalla

scelta di puntare sul proprio standard proprietario per la codifica del segnale, l'Nds, al lancio di Sky Tg24, e, ora, di otto nuovi canali fino all'accordo con i produttori cinematografici.

Sky si deve preparare ad affrontare la sfida annunciata da parte di Mediaset, che intende lanciare la pay-per-view (ma non la pay tv, almeno nelle dichiarazioni rese finora) sul digitale terrestre, puntando su calcio e film. Sulla scia di Mediaset, anche Rai e La 7, che ha quale azionista Telecom Italia, dovranno entrare nel settore.

MARCO MELE